



**You have downloaded a document from
RE-BUS
repository of the University of Silesia in Katowice**

Title: Przywrócić wartość słowom - podstawowe zobowiązanie polonistycznej edukacji

Author: Aldona Skudrzyk

Citation style: Skudrzyk Aldona. (2016). Przywrócić wartość słowom - podstawowe zobowiązanie polonistycznej edukacji. W: E. Jaskółowa, D. Krzyżyk, B. Niesporek-Szamburska, M. Wójcik-Dudek; przy współpracy D. Jagodzińskiej i A. Zok-Smoły (red.), "Edukacja polonistyczna jako zobowiązanie : powszechność i elitarność polonistyki. T. 1" (S. 307-313). Katowice : Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego



Uznanie autorstwa - Użycie niekomercyjne - Bez utworów zależnych Polska - Licencja ta zezwala na rozpowszechnianie, przedstawianie i wykonywanie utworu jedynie w celach niekomercyjnych oraz pod warunkiem zachowania go w oryginalnej postaci (nie tworzenia utworów zależnych).



UNIwersYTET ŚLĄSKI
W KATOWICACH



Biblioteka
Uniwersytetu Śląskiego



Ministerstwo Nauki
i Szkolnictwa Wyższego

Aldona Skudrzyk

Uniwersytet Śląski w Katowicach

Przywrócić wartość słowom — podstawowe zobowiązanie polonistycznej edukacji

Dość oczywiste, banalne wręcz wydaje się stwierdzenie o ważności języka w polonistycznej edukacji. Opisując współczesną rzeczywistość kulturową, społeczną chcę jednak ten właśnie jej wymiar szczególnie zaakcentować. Język bowiem to nie tylko tworzywo osiągnięć artystycznych (tak łatwo do nauki o literaturze została sprowadzona polonistyczna edukacja szkolna!), to nade wszystko narzędzie warunkujące rozwój człowieka, rozwój poznawczy, emocjonalny, społeczny. To przez język dokonuje się proces socjalizacji, proces wchodzenia człowieka w środowisko, w kulturę. Proces socjalizacji¹ widziany przez socjologię w całej swej złożoności i istotności spełnia dwie niezwykle ważne społecznie funkcje: buduje pewien porządek i ład społeczny oraz stanowi mechanizm *transmisji kultury*: przekazując idee, reguły, symbole późniejszym pokoleniom, tworząc społeczne więzi i budując tym samym istotną w rozwoju kolejnego pokolenia wspólnotę, także komunikatywną.

¹ Socjalizacja rozumiana jest jako proces wchodzenia jednostki do społeczeństwa. Odbywa się on na kilku poziomach: najogólniejszy to swoiste minimum kulturowe, które jest wymagane od wszystkich ludzi (porozumiewanie się, podstawowe zasady moralne); kolejny, niższy, oznacza wejście do konkretnej kultury (np. opanowanie języka polskiego, polskich norm, obyczajów, wartości, symboli, narodowych tradycji); najniższy polega na opanowaniu konkretnych ról społecznych w danej zbiorowości. Por. P. SZTOMPKA: *Socjologia*. Kraków 2002, s. 393.

Tymczasem dokonujące się nowe procesy społeczne sprzyjają i prawdopodobnie nadal będą sprzyjać marginalizowaniu języka kultury (tradycji, przeszłości). Wpływa na to powstanie społeczeństwa konsumpcyjnego, ukierunkowanego na postawy utylitarne, powolny rozpad „uniwersum kultury”, pauperyzacja inteligencji, przejmowanie nieskomplikowanej kultury popularnej (popkultury) z wzorców amerykańskich, niestabilność przekształcającego się społeczeństwa. Zjawisku temu towarzyszą zmiany aksjologiczne, stanowiące zawsze ważny składnik transmisji kulturowej: deprecjacja pojęć należących do etosu inteligenckiego, nieuznawanie za istotne wartości: języka ojczystego, zasad grzeczności, kulturowego i językowego tabu, poszanowania dla sfery *sacrum*. Opis zmian kulturowo-językowych kieruje nadto naszą uwagę na zmianę w obrębie społecznej świadomości, wskazując na możliwość przedstawienia jej stanu jako „symbolicznego śmietnika”.

Każda z omawianych tendencji ma swoisty wpływ na jakość komunikacji. Można w nich wskazać: odchodzenie od rozumienia języka jako wartości, niskie wartościowanie rodzimego języka, wręcz jego deprecjację; przewartościowanie w hierarchii funkcji językowych; osłabienie precyzji komunikowania ku interpretacyjności i nasilonej pragmatyce (znaczeń i sensów wyinterpretowanych z konkretnego użycia²). Trudno określić tę sytuację jako sprzyjającą międzygeneracyjnej transmisji kultury.

Współczesną rzeczywistość komunikacyjną budują, stając się wzorcem socjalizacyjnym:

- 1) Wszechobecny dyskurs marketingowo-perswazyjny realizujący się w przestrzeni reklamy, PR czy przestrzeni kampanii wyborczych; odbierający słowom ich wartość w myśl potocznego przekonania: to tylko reklama, to tylko kampania, to tylko retoryka wyborcza; to tylko wyborcza obietnica...

Za punkt wyjścia proponuję przywołanie koncepcji Jürgena Habermasa, wskazującego na dwa typy działań racjonalnych człowieka: te ukierunkowane na rezultat oraz te ukierunkowane na porozumienie. Tylko te drugie są właściwymi działaniami komunikacyjnymi, w których uczestnicy nastawiają się na osiągnięcie

² Najnowsze przykłady odnajduję w tekstach gimnazjalistów: *zniwelować* ‘zniszczyć’, *populista* ‘osoba, która oszukuje ludzi na siłę’, *apogeum* ‘skupisko jakichś złych rzeczy’, *tyran* ‘osoba, która rządzi wszystkimi’ i dokładnie tak samo definiowany *monarcha* ‘władca, który rządzi wszystkimi’.

porozumienia, czyli „koordynują plany działania nie przez egocentryczną kalkulację [szans — A.S.] sukcesu, lecz przez akty dochodzenia do porozumienia”³. Wyraźnie są one różne od tych, w których „jeden z uczestników chce swymi czynnościami językowymi wywołać u partnera efekt perlokucyjny”⁴. Nie trzeba na zbyt głębokiego namysłu, by rozpoznać, że kultura konsumpcji, w której funkcjonujemy, dominujący w niej przekaz marketingowo-perswazyjny właśnie ten drugi typ zachowań upowszechnia i czyni niemalże wzorcowym, zwłaszcza dla młodego pokolenia użytkowników języka, którzy socjalizują się już tylko w tej kulturze. Może to prowadzić najpewniej do przewartościowania podstawowych funkcji języka: poza perswazją i manipulacją istotna staje się funkcja fatyczna — aby odbiorcę pozyskiwać, najpierw trzeba zainicjować z nim kontakt, by potem atrakcyjnie go podtrzymywać (funkcja ludyczna).

Z drugiej strony warto zauważyć, że nigdy jeszcze przestrzeń między ludźmi nie była tak intensywnie zdialogizowana (telefon, Internet, radio, telewizja), nigdy tak — z pozoru — nie sprzyjała międzyludzkim kontaktom. Jaka jest jakość tych kontaktów? Jeśli — jak wspomniałam — funkcja informacyjna zostaje zmarginalizowana, często na rzecz jedynie funkcji podtrzymania kontaktu (funkcja fatyczna), to ta, używając określenia Umberto Eco — „ulega »hipertrofii«, mamy do czynienia ze stałym kontaktem bez przekazywania żadnych informacji”⁵. Według pedagogów szybkość przekazu, właściwie jego natychmiastowość, to jedno z ważnych zagrożeń współczesnej kultury, które Zbyszko Melosik określił jako *kulturę instant*⁶. Łatwość, powszechność, szybkość kontaktu i jego powierzchowność dają bowiem niejako młodym użytkownikom języka prawo do mówienia o niczym. Znakomicie ilustruje to zjawisko proces rozmywania się znaczenia, gdy słowa stają się etykietami, głównie niosącymi określone konotacje, jeśli tylko jest to z jakichś względów korzystne. Zależnie od doraźnej potrzeby np. obiektem lekceważenia może stać się każda wartość, także pozytywna (pamiętne: *wykształciuch, łzeelita, lumpenliberał*). Doraźna potrzeba oznacza tu, że nie tylko „język jest na sprzedaż”,

³ J. HABERMAS: *Teoria działania komunikacyjnego*. Przeł. A.M. KANIEWSKI. Warszawa 1999, s. 472–473.

⁴ Ibidem, s. 486–487.

⁵ U. Eco: *Semiologia życia codziennego*. Przeł. J. UGNIĘWSKA, P. SALWA. Warszawa 1996, s. 222.

⁶ Por. Z. MELOSİK: *Młodzież a przemiany kultury współczesnej*. W: *Młodzież wobec niegościnnnej przyszłości*. Red. R. LEPPERT i in. Wrocław 2005, s. 14.

ale wszystkie ludzkie działania podporządkowane są (mogą być/ powinny być) coraz częściej „sprzedaży”. Rozwija się świadomość rozbudowanej, spotęgowanej perswazyjności przekazu. Stąd zaś płynie poczucie, że wszystkie chwytły są dozwolone i to zarówno na poziomie zachowań etycznych (relatywizacja prawdy, przekraczanie sfer tabu, np. tematy, które jeszcze kilka lat temu określało się jako „nie na telefon”, dziś bez przeszkód pojawiają się w publicznym przekazie), jak i interakcyjnych (fałszywe relacje nadawczo-odbiorcze: pozorowana życzliwość, udawana sympatia, zachwianie i rozregulowanie systemu adresatywnego polszczyzny) oraz stosunku do tworzywa językowego (dekompozycja i dezintegracja słowa, naruszanie normy ortograficznej, słowotwórczej, fleksyjnej itd.⁷). W takim komunikacyjnym bezładzie króluje zasada: „żeby było ciekawie, żeby coś się działo”. Jerzy Bralczyk powiada: „Zamiast postulatu rzetelnego opisywania rzeczywistości pojawia się możliwość pseudoopisu pseudorzeczywistości, w którym atrakcyjność zastępuje prawdę”⁸.

2) Komunikacja zapośredniczona przez nowe media.

Jaki jest najogólniej wpływ nowych mediów na język ich użytkowników? Wpływ ten można widzieć w wielu aspektach. Spośród wielu możliwych typów oddziaływań chcę wskazać tylko na osłabienie precyzji komunikowania, zmierzające ku interpretacyjności i nasilonej pragmatyce znaczeń i sensów wyinterpretowanych z konkretnego użycia słowa.

Nowe media przez swój ekspansywny zasięg wyraźnie wkraczają w obszar socjalizacji językowej: stają się one coraz częściej podstawowym środowiskiem socjalizującym dzieci. Niektórzy badacze są nawet zdania, że w dzisiejszych czasach wręcz pierwszym językiem, jakiego uczy się dziecko, jest język ojczysty przekazów medialnych, gdyż to właśnie z nim ma ono największą styczność dzięki telewizji. Z moich badań sondażowych wynika, że dzieci przedszkolne posługują się bardzo łatwo słownictwem i frazami, które nie są stosowne do ich wieku i zainteresowań, poziomu rozwoju, ale przede wszystkim, których używają w sposób intuicyjny, przez bardzo

⁷ Zjawisko ma pewnie jednak i drugi wymiar: budzi językową kreatywność, czego świadectwem jest np. łatwość powstawania neologizmów, mnogość eponimów, błyskotliwość doraźnych połączeń wyrazowych.

⁸ J. BRALCZYK: *O językowych zwyczajach polskiej reklamy*. W: *Polszczyzna 2000. Orędzie o stanie języka na przełomie tysiącleci*. Red. W. PISAREK. Kraków 1999, s. 218–226.

luźne skojarzenie z opisywanym zjawiskiem, które odtwarzają tak, jak odtwarza się w pamięci pewien całościowy obraz, sytuację, por. u 5-latka: *firma na dorobku, miłość musi odejść, niebezpieczeństwo złamania igły* itp. Mówiąc wprost, dzieci używają wyrażen, nie rozumiejąc ich. Jest to być może źródłem innego jeszcze zjawiska, które określić można mianem *inflacji znaczeń*: jeśli nie potrafimy danej rzeczy nazwać, to jak możemy ją określić, jak przyporządkować do jakiejś kategorii, jak rozumieć?. W ten sposób nowe media przyczyniają się do naruszania procesu transmisji kulturowej, przekazu tradycji językowej. Słów można używać dowolnie, nie muszą być wcale odesłaniem do desygnatu.

- 3) Inferencyjny charakter komunikacji jako wypadkowa dominujących zmian kulturowych współczesności: demokratyzacji oraz ikonizacji, które kierują odbiorcę konstruującego pełny sens przekazu nie tyle w stronę tradycji tekstu i kodu językowego, ile w stronę obrazu i indywidualnego odbioru.

Najoczywistszą drogą poznawania znaczeń wyrazów jest ich przekazywanie na zasadzie uczestnictwa w kulturze. Nietrudno jest dziś podać przykłady, w których znaczenia słów są „odkrywane” przez młodych użytkowników na nowo. Owo odkrywanie dokonuje się dwiema drogami: a) znaczenie jako pochodna struktury, gdy budowa słowotwórcza interpretowana indywidualnie jest źródłem wiedzy o znaczeniu (por. *lubieżny* ‘ktoś kogoś za bardzo lubi’, *wysmakowany* ‘rosół’); działa prosta zasada odwołania do wyrazu podobnie brzmiącego: *lubić, smak*; b) rozpoznawanie znaczenia przez związek z kontekstem użycia, konkretnego użycia: *niwelować* ‘niszczyć’ (obraz niwelowanego terenu można odczytać jako obraz niszczonego terenu); *populista* ‘ktoś, kto oszukuje ludzi na siłę’ (z faktu, że obietnice populistyczne są zwykle puste, można wyczytać, że populistą to oszust). Ten sposób myślenia nazywa się w psychologii rozwojowej myśleniem **przedoperacyjnym** czy **konkretno-wyobrażeniowym**. Wyciąganie wniosków dokonuje się w nim przez zestawienie obrazów, zdarzeń, w których zastosowano słowo. Objasnienia znaczeń pokazują indywidualne rozumienie i znaczenia, i sensu, jego doraźność i silną kontekstowość. Takie objasnienia to przejaw myślenia alogicznego, alinearnego, plamowego, ikonicznego, tzw. postmyślenia, jak chce Giovanni Sartori.

Wizualność, ikoniczność to konkret, obraz nie aktywizuje — bo nie może — konotacji kulturowych, semantycznych, odcieni kodu

pragmatycznego, stąd takie użycia słów, które wskazują na rodzaj kulturowego wykluczenia. Dosadnie widać to np. w pisemnym podaniu studentki proszącej dziekana o przedłużenie sesji:

Proszę o przedłużenie sesji do 15.04., co wyekzekwowałam (sic!) od pani dziekan podczas rozmowy.

Podobne naruszenia semantyczno-pragmatyczne nie oznaczają tylko wymiany warstwy leksykalnej, oznaczają poszerzanie działania mechanizmu pozbawiania wyrazów ich głębi znaczeń, konotacji, ograniczeń łączliwości, oznaczają spłaszczenie wymiaru komunikacji do powierzchni „cytowania” w danej sytuacji, w danym kontekście dowolnego, pustego semantycznie wyrazu z jakiegoś powodu poręcznego.

Wobec zaledwie sygnalizowanych tu procesów społecznych, socjalizacyjnych, przewartościowań funkcji wypowiedzi, uczenie budowania więzi przez komunikowanie się, czyli pogłębianie relacji między ludźmi, a nie jedynie pozostawianie ich na poziomie kontaktu ułatwionego przemianami technologicznymi, uznaję za jedno z ważniejszych wyzwania XXI wieku, za jedno z podstawowych zadań edukacji. Kształcenie tych kompetencji społecznych musi oczywiście wychodzić od kształcenia językowego, od kształcenia świadomości co do wagi słowa i jego znaczenia.

Przywracanie wartości i wagi słowu w jego wymiarze semantycznym, pragmatycznym, wychowawczym oraz etycznym jest więc najprawdziwszym wyzwaniem dydaktycznym także dla edukacji polonistycznej. Po to, aby budować, wzmacniać kontynuując tradycję model zachowań językowych, by odtwarzać/zachować system socjolingwistyczny polszczyzny, po to, aby kultura i język nie przestały być dla kolejnych pokoleń światem zastanym, po to, aby wspólnota komunikatywna nie stawała się z wolna zbiorem mniej lub bardziej różnicujących się idiolektów („polifonią idiolektów”) opartych na formule „moja interpretacja, mój przekład”⁹.

⁹ Por. E. REWERS: *Nowe media — Kultura niedokończonej translacji*. „Kultura Współczesna. Teoria. Interpretacje. Krytyka” 1998, nr 1 (16), s. 35—45.

Aldona Skudrzyk

**To reclaim words' value —
the fundamental obligations of Polish language education**

A voice in a Comparative Studies panel *Polish Language Education as an Obligation*

Альдона Скуджик

**Вернуть ценность словам —
главная задача обучения польскому языку и литературе**

Выступление в рамках дискуссионной панели *Обучение в области польского языка и литературы как обязательство*